

PENGARUH TRAVEL MOTIVATION, UTILITARIAN VALUE, DAN OVERALL SATISFACTION TERHADAP RE-PATRONAGE INTENTION

Clara Amelia Kuswandi

Manajemen/Fakultas Bisnis dan Ekonomika

claramelia95.ca@gmail.com

Intisari - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh travel motivation, utilitarian value, dan overall satisfaction terhadap re-patronage intention pada penelitian sebelumnya yang masih relevan digunakan pada saat ini. Objek yang diambil adalah Mall di Yogyakarta.

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang artinya diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuisioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 150 orang, responden tersebut pernah berkunjung ke mall di Yogyakarta dalam 1 tahun terakhir, dan memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK sederajat. Teknik pengambilan sampel adalah non-probability sampling dengan jenis judgement sampling. Aras pengukuran yang digunakan adalah aras interval. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda dengan bantuan SPSS 22 for windows.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan travel motivation, utilitarian value, dan overall satisfaction terhadap re-patronage intention.

Kata Kunci : Travel Motivation, Utilitarian Value, Overall Satisfaction, Re-patronage Intention

ABSTRACT - *This study is aimed to identify and analyze influence travel motivation, utilitarian value, and overall satisfaction toward re-patronage intention on previous research relevant infor-used at this time. Object taken is Mall in Yogyakarta.*

The data sources used in this study was primarily obtained from respondent using a set of questionnaires. Respondents in this study amounted to 150 people, the respondents who've been visited the mall in Yogyakarta in the last 1 year, and have a minimum educations of high school/vocational/equivalent. The sampling technique is a non-probability sampling with the kind of judgment sampling. Level measurement used are interval level. This study used method multiple regression analysis with using SPSS 22 for windows.

The results of this study is indicate that travel motivation, utilitarian value, and overall satisfaction has a positive influence towards re-patronage intention.

Keywords : Travel Motivation, Utilitarian Value, Overall Satisfaction, Re-patronage Intention

PENDAHULUAN

Yogyakarta disebut sebagai kota yang romantis. Selain destinasi pantai-pantainya yang menjadi favorit para turis, di kota ini juga terdapat destinasi untuk berbelanja. Malioboro selalu dipenuhi oleh wisatawan setiap harinya karena terdapat ratusan toko dan pedagang yang menjual aksesoris dan beragam barang dengan harga yang sangat terjangkau. Tidak jauh dari Malioboro, terdapat Pasar Beringharjo yang menjual pakaian serta batik-batik pilihan yang harganya sangat terjangkau. Tak jarang para pasangan yang sedang mempersiapkan pernikahan berbelanja kebutuhannya di pasar ini. Dari mulai kain, hingga keranjang seserahan dijual dengan harga yang ekonomis.

Jenis-jenis tempat perbelanjaan yang ada di Yogyakarta khususnya di kota Yogyakarta dapat dikategorikan menjadi 3 macam yaitu pasar tradisional dimana pasar ini bukan berupa mall pada umumnya dan yang biasa dijual adalah souvenir khas Yogyakarta, yang kedua adalah pasar seni dimana yang ada di kota Yogyakarta pada umumnya banyak menjual berbagai macam barang seni terutama barang seni khas Yogyakarta, seperti lukisan, patung, keris, perhiasan dari perak, dan sebagainya, dan yang terakhir adalah pasar modern dimana pasar modern yang ada di Yogyakarta ini seperti mall ataupun pertokoan pada umumnya. Ketiga jenis tempat belanja yang ada di kota Yogyakarta tersebut merupakan tempat-tempat menarik untuk berbelanja pada saat wisatawan berwisata ke kota Yogyakarta.

Wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara ketika berbelanja di kota Yogyakarta tidak hanya berbelanja di Mall saja tetapi juga di pasar tradisional maupun di pasar seni yang banyak dikunjungi wisatawan. Tujuan wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara yaitu berbelanja untuk dirinya sendiri dan membeli barang untuk oleh-oleh. Belanja yang dilakukan oleh wisatawan terkadang direncanakan terlebih dahulu dan banyak pula wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara berbelanja tidak direncanakan terlebih dahulu ketika berada di kota Yogyakarta.

Untuk meningkatkan *re-patronage intention*, mall di Yogyakarta memberikan suatu pengalaman yang akan didapatkan pengunjungnya dari suasana dan kelengkapan dari mall-mall tersebut.

Beberapa strategi dilakukan oleh mall di Yogyakarta untuk meningkatkan keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali adalah dengan cara meningkatkan motivasi wisata, nilai utilitarian, dan keseluruhan kepuasan yang cukup berpengaruh pada keinginan wisatawan untuk kembali ke mall tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam jenis basic research yaitu penelitian untuk mengembangkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan tujuan, penelitian ini termasuk jenis penelitian kausal karena penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variable bebas (*travel motivation, utilitarian value*, dan *overall satisfaction*) terhadap variable tidak bebas (*re-patronage intention*) di mall Yogyakarta. Berdasarkan pendekatan, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena menitikberatkan pada pembuktian hipotesis dan pemahaman teori melalui pengujian statistik.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang didapat langsung dari responden melalui pembagian kuisioner untuk memperoleh tanggapan maupun pendapat responden berdasarkan pertanyaan-pertanyaan tertulis dalam kuisioner tersebut. Kuisioner dibagikan pada responden sesuai dengan karakteristik yang telah ditetapkan.

Aras pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah aras interval. Aras interval adalah aras yang memiliki jarak yang sama dan selisih yang jelas pada skala. Kriteria penilaian pada kuisioner adalah 1 untuk sangat tidak setuju dan 5 untuk sangat setuju. Kuisioner yang dibagikan kepada responden bersifat tertutup (*close ended question*), yaitu jawaban responden yang telah dibatasi dengan menyediakan alternatif jawaban.

Target populasi yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah orang Surabaya yang pernah melakukan perjalanan wisata belanja di mall yang ada di Yogyakarta. Karakteristik populasi yang ada dalam penelitian ini adalah berjenis

kelamin laki-laki atau perempuan dengan tingkat pendidikan terakhir minimal SMA atau sederajat karena pada tingkat pendidikan tersebut responden dianggap telah memiliki pengetahuan yang cukup dan mampu untuk memahami dan memberikan jawaban yang objektif.

Sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Teknik ini dipilih juga karena populasi yang akan diteliti tidak dapat teridentifikasi dengan jelas jumlahnya. Jenis *non probability sampling* yang dipilih adalah *judgment (purposive) sampling* artinya penelitian memilih responden berdasarkan karakteristik-karakteristik tertentu yang telah ditetapkan.

Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, mean, standar deviasi, uji asumsi klasikk, regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hipotesis dalam penulisan ini, sebagai berikut :

H1 : Diduga *travel motivation* berpengaruh terhadap *re-patronage intention* pada mall di Yogyakarta.

H2 : Diduga *utilitarian value* berpengaruh terhadap *re-patronage intention* pada mall di Yogyakarta.

H3 : Diduga *overall satisfaction* berpengaruh terhadap *re-patronage intention* pada mall di Yogyakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembagian kuesioner untuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan cara menyebar kuesioner sebanyak 3 lembar kuesioner. Pembagian kuesioner tersebut dilakukan terhadap orang Surabaya yang pernah berkunjung ke mall di Yogyakarta.

1. UJI VALIDITAS

Uji validitas merupakan seberapa tepat dan cermat suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya. Kuesioner yang valid menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner sudah memiliki variabel penelitian.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
<i>Travel Motivation</i>	TM1	.518**	.000	Valid
	TM2	.724**	.000	Valid
	TM3	.739**	.000	Valid
	TM4	.781**	.000	Valid
<i>Utilitarian Value</i>	UV1	.634**	.000	Valid
	UV2	.724**	.000	Valid
	UV3	.700**	.000	Valid
	UV4	.717**	.000	Valid
<i>Overall Satisfaction</i>	OS1	.760**	.000	Valid
	OS2	.759**	.000	Valid
	OS3	.766**	.000	Valid
<i>Re-patronage Intention</i>	RI1	.867**	.000	Valid
	RI2	.861**	.000	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data dengan *software* SPSS 22.0 for windows

Dari 30 kuesioner telah dilakukan uji validitas terhadap masing-masing item pernyataan dari variabel *travel motivation*, *utilitarian value*, *overall satisfaction* dan *re-patronage intention* dengan bantuan *software* SPSS 22 for windows. Uji validitas ini dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dalam kuesioner. Apabila hasil korelasi *pearson* antara masing-masing pernyataan dengan skor total menghasilkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5$), maka item tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa semua item dalam variabel penelitian ini memiliki nilai signifikansi *pearson correlation* lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$).

2. UJI RELIABILITAS

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Untuk mengukur reliabilitas, digunakan cronbach's alpha yang nantinya akan dibandingkan dengan kolom alpha if item deleted akan dihapus jika alpha if item deleted lebih besar daripada cronbach's alpha. Apabila nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60 maka instrumen

dikatakan reliabel. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 22.0 for windows.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Travel Motivation</i>	.617	Reliabel
<i>Utilitarian Value</i>	.650	Reliabel
<i>Overall Satisfaction</i>	.638	Reliabel
<i>Re-patronage Intention</i>	.660	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data dengan *software* SPSS 22.0 for windows

3. DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data penelitian menunjukkan bahwa responden yang pernah berkunjung ke mall di Yogyakarta lebih banyak berjenis kelamin wanita daripada pria (83,3%). Dari segi usia sebagian besar responden berada direntang usia 17-22 tahun (62,7%). Jika dilihat dari pendidikan terakhirnya, sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir SMA (64,7%) dan berdasarkan pekerjaan sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa (60,7%). Jika dilihat dari tujuan perjalanan ke Yogyakarta, sebagian besar responden memiliki tujuan yaitu kesenangan (73,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah berkunjung ke mall di Yogyakarta, berjenis kelamin wanita, dengan rentang usia 17-22 tahun, pendidikan terakhir SMA, dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yang memiliki tujuan perjalanan ke Yogyakarta yaitu kesenangan.

4. DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN

Tabel 3
Tanggapan Responden Terhadap Travel Motivation, Utilitarian Value, Overall Satisfactio, dan Re-patronage Intention Mall di Yogyakarta

No.	Pernyataan	Mean	Standar Deviasi
TRAVEL MOTIVATION			
1	Meningkatkan pengetahuan.	3,68	0,854
2	Melarikan diri dari kehidupan biasanya.	4,20	0,920
3	Mendapatkan pengalaman di tempat yang baru dan berbeda.	4,32	0,726
4	Refreshing secara fisik dan mental.	4,55	0,729

Rata-rata <i>travel motivation</i>		4,19	0,807
UTILITARIAN VALUE			
1	Saya mendapatkan apa yang saya inginkan di mall yang ada di Yogyakarta.	3,52	0,880
2	Saya tidak dapat membeli apa yang benar-benar saya butuhkan di mall yang terdapat di Yogyakarta.	3,39	1,015
3	Saya menemukan item yang saya cari saat berbelanja di mall yang ada di Yogyakarta.	3,59	0,891
4	Saya merasa kecewa karena saya harus pergi ke mall lain untuk mendapatkan belanja yang saya inginkan di Yogyakarta.	3,57	1,064
Rata-rata <i>utilitarian value</i>		3,52	0,963
OVERALL SATISFACTION			
1	Secara keseluruhan saya merasa puas terhadap mall di Yogyakarta.	3,85	0,757
2	Secara keseluruhan saya merasa puas terhadap suasana mall di Yogyakarta.	3,69	0,714
3	Saya merasa senang berada di mall di Yogyakarta.	3,88	0,713
Rata-rata <i>overall satisfaction</i>		3,81	0,728
RE-PATRONAGE INTENTION			
1	Saya akan berkunjung kembali ke mall yang ada di Yogyakarta.	3,93	0,757
2	Saya akan merekomendasikan mall yang ada di Yogyakarta kepada teman dan keluarga saya.	3,82	0,742
Rata-rata <i>re-patronage intention</i>		3,88	0,750
Jumlah rata-rata		3,85	0,812

Sumber : Hasil pengolahan data dengan *software* SPSS 22.0 for windows

Rata-rata total variabel Travel Motivation, Utilitarian Value, Overall Satisfaction, dan Re-patronage Intention padaa tabel 3 adalah 3,85 dengan standar deviasi sebesar 0,812. Rata-rata ini lebih besar dari 3 yang merupakan nilai tengah dari skala penelitian 1-5. Dimensi Re-patronage Intention menunjukkan rata-rata hitung tertinggi sebesar 3,88 dan standar deviasi 0,812. Rata-rata total variabel Travel Motivation mall di Yogyakarta pada tabel 3 adalah 4,19 dengan standar deviasi sebesar 0,807. Rata-rata total variabel Utilitarian Value mall di

Yogyakarta pada tabel 3 adalah 3,52 dengan standar deviasi sebesar 0,963. Rata-rata total variabel Overall Satisfaction mall di Yogyakarta pada tabel 3 adalah 3,81 dengan standar deviasi sebesar 0,728.

5. HASIL UJI HIPOTESIS

Untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang peneliti ajukan makan perlu diadakan pengujian hasil analisa tersebut dengan mnegggunakan uji F dan uji T yang dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Uji F

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersamaan) antara *travel motivation* (X1), *utilitarian value* (X2), dan *overall satisfaction* (X3) terhadap *re-patronage intention* (Y).

Tabel 4
Hasil perhitungan Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	110,407	3	36,802	38,527	0,000
Residual	139,466	146	0,955		
Total	249,873	149			

Sumber : Hasil pengolahan data dengan *software SPSS 22.0 for windows*

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa F hitung sebesar 38,527 karena nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara serempak *travel motivation*, *utilitarian value*, dan *overall satisfaction* terhadap *re-patronage intention* pada mall di Yogyakarta.

b. Uji T

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial yaitu *travel motivation* (X1), *utilitarian value* (X2), dan *overall satisfaction* (X3) terhadap *re-patronage intention* (Y) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 20
Hasil Perhitungan Uji T

Variabel	Nilai t hitung	Signifikansi	Keterangan	Beta
<i>Travel Motivation</i>	2,988	0,003	Berpengaruh	0,219
<i>Utilitarian Value</i>	2,019	0,045	Berpengaruh	0,145
<i>Overall Satisfaction</i>	5,605	0,000	Berpengaruh	0,435

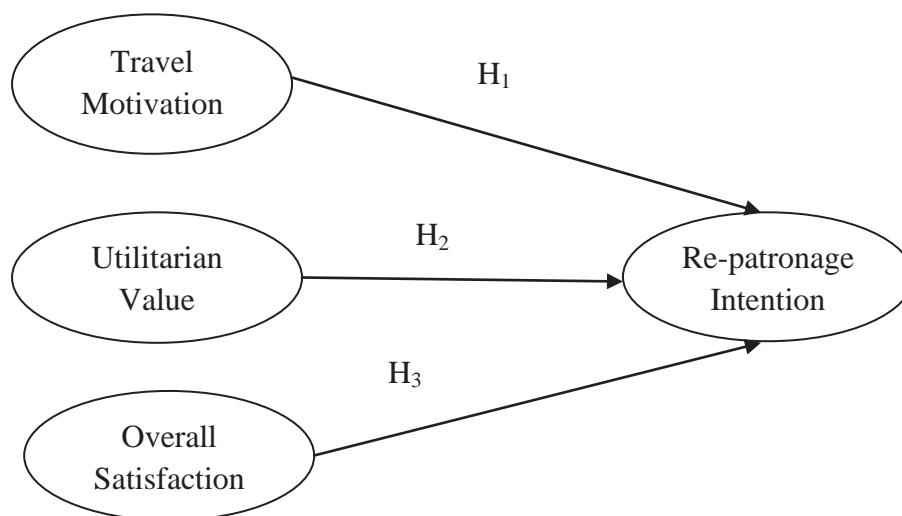
Sumber : Hasil pengolahan data dengan *software* SPSS 22.0 for windows

Pengaruh *travel motivation*(X1) terhadap *re-patronage intention* (Y) berdasarkan nilai t hitung *travel motivation* adalah sebesar 2,988 dan nilai signifikansi sebesar 0,003, karena nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$, sehingga H_0 ditolak H_1 diterima, maka dapat dikatakan bahwa *travel motivation* berpengaruh terhadap *re-patronage intention*. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh pada *travel motivation* terhadap *re-patronage intention* diterima. Nilai beta sebesar 0,219 menunjukkan besarnya pengaruh *travel motivation* terhadap *re-patronage intention* 0,219.

Pengaruh *utilitarian value* terhadap *re-patronage intention* berdasarkan nilai t hitung *utilitarian value* adalah sebesar 2,019 dan nilai signifikansi sebesar 0,045, karena nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$, sehingga H_0 ditolak H_1 diterima, maka dapat dikatakan bahwa *utilitarian value* berpengaruh terhadap *re-patronage intention*. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *utilitarian value* terhadap *re-patronage intention* diterima. Nilai beta sebesar 0,145 menunjukkan besarnya pengaruh *utilitarian value* terhadap *re-patronage intention* 0,145.

Pengaruh *overall satisfaction* terhadap *re-patronage intention* berdasarkan nilai t hitung *overall satisfaction* adalah sebesar 5,605 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$, sehingga H_0 ditolak H_1 diterima, maka

dapat dikatakan bahwa *overall satisfaction* berpengaruh terhadap *re-patronage intention*. Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *overall satisfaction* terhadap *re-patronage intention* diterima. Nilai beta sebesar 0,435 menunjukkan besarnya pengaruh *overall satisfaction* terhadap *re-patronage intention* 0,435.



Gambar 1
Model Penelitian

Sumber : Tammy R. Kinley *et al.* (2012)

Dari hasil pembuktian hipotesis uji F, didapatkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa F hitung sebesar 38,527 karena nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh secara serempak *travel motivation*, *utilitarian value*, dan *overall satisfaction* terhadap *re-patronage intention* pada mall di Yogyakarta. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian oleh Tammy R. Kinley *et al.* (2012) dan L. Stoel *et al.* (2004).

KONKLUSI

Berikut ini adalah hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi berganda dengan bantuan program 22.0 for windows, maka dapat diperoleh konklusi sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif signifikan *travel motivation* terhadap *re-patronage intention* di mall di Yogyakarta.
2. Terdapat pengaruh positif signifikan *utilitarian value* terhadap *re-patronage intention* di mall di Yogyakarta.
3. Terdapat pengaruh positif signifikan *overall satisfaction* terhadap *re-patronage intention* di mall di Yogyakarta.

REKOMENDASI

Rekomendasi yang diberikan berdasarkan hasil penelitian ini ditujukan kepada pihak mall Yogyakarta. Selain itu, rekomendasi juga ditujukan untuk penelitian selanjutnya berdasarkan keterbatasan penelitian ini. Adapun rekomendasi yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Rekomendasi Bagi Mall di Yogyakarta

- a. Hasil penelitian menunjukkan *travel motivation* berpengaruh positif terhadap *re-patronage intention*. Oleh karena itu pihak manajemen mall di Yogyakarta bisa lebih memperhatikan motivasi wisatawan dalam berkunjung yaitu dengan menjaga, memperbaiki dan menambah fasilitas serta infrastruktur yang ada. Hal tersebut akan menjadi nilai tambah tersendiri, sehingga dapat meningkatkan minat kunjungan kembali wisatawan ke mall di Yogyakarta.
- b. Hasil penelitian menunjukkan *utilitarian value* berpengaruh positif terhadap *re-patronage intention*. Oleh karena itu pihak manajemen mall di Yogyakarta bisa menambah outlet yang menjual barang yang berkualitas namun dengan harga yang lebih murah dan melakukan promosi atau diskon pada event-event tertentu sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan meningkatkan kunjungan kembali ke mall di Yogyakarta.
- c. Hasil penelitian menunjukkan *overall satisfaction* berpengaruh positif terhadap *re-patronage intention*. Oleh karena itu pihak manajemen mall di Yogyakarta bisa meningkatkan kualitas layanan dan produk serta

atmosphere pada mall agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kunjungan kembali wisatawan ke mall di Yogyakarta.

2. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian ini mempunyai keterbatasan didalamnya. Keterbatasan penelitian ini dapat membuka peluang untuk penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.
- b. Penelitian ini dilakukan hanya pada mall yang berada di wilayah Yogyakarta saja. Penelitian selanjutnya perlu disarankan untuk meneliti beberapa mall di kota lain atau yang dapat menggunakan kerangka penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Leslie Stoel Vanessa Wickliffe Kyu Hye Lee, (2004) "Attribute beliefs and Spendings as Antecedents to Shopping Value", *Journal Of Business Research*, Vol 57 pp. 1067 – 1073

Michael A. Jones Kristy E. Reynolds Mark J. Arnold (2006) "Hedonic And Utilitarian Shopping Value: Investigating Differencial Effects On Retail Outcomes", *Journal Of Business Research*, Vol.59 Iss 9 pp. 974 – 981

Sunil Atulkar Bikrant Kesari (2017) "Satisfication, Loyalty And Repatronage Intentions: Role Of Hedonic Shopping Values", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 30 pp. 23 - 24

Tammy R. Kinley Judith A. Forney Youn-Kyung Kim, (2012), "Travel motivation as a determinant of shopping venue", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 6 Iss 3 pp. 266 – 278

Xin Wang Chia HsinLeou, (2015) "A Study Of Tourism Motivation, Percieved Value And Destination Loyalty For Macao Cultural And Heritage Tourists", *International Journal of Marketing Studies*, Vol.6

http://id.wikipedia.org/wiki/Pariwisata_di_Indonesiadiunduh pada 30 September 2016

<http://travel.kompas.com/read/2015/08/28/140900827/Tren.Pariwisata.Indonesia.Meningkat> diunduh pada 30 September 2016

https://www.kompasiana.com/nelsonnsi/wisata-belanja-menjadi-trend-asia_54f6e6f6a33311f7618b45e7 diunduh pada 30 September 2016

<http://industri.bisnis.com/read/20151216/12/502306/ini-tren-bisnis-pariwisata-2016-versi-tripadvisor> diunduh pada 30 September 2016

<http://www.tourismvaganza.com/kunjungan-wisatawan-mancanegara-dan-nusantara-tumbuh-pesat> diunduh pada 30 September 2016

<http://bisniswisata.co.id/bisniswisata/wisata-belanja/> diunduh pada 30 September 2016

<http://trivia.id/post/berikut-ini-7-kota-yang-dikenal-sebagai-surga-belanja> diunduh pada 19 April 2017

<https://visitingjogja.com/wisata/> diunduh pada 14 Maret 2017

<https://www.yogyes.com/en/yogyakarta-shopping/> diunduh pada 14 Maret 2017

<https://visitingjogja.com/7659/statistik-pariwisata-2015/> diunduh pada 14 Maret 2017

https://www.tripadvisor.com/Attractions-g294230-Activities-c26-t143-Yogyakarta_Java.html diunduh pada 19 April 2017